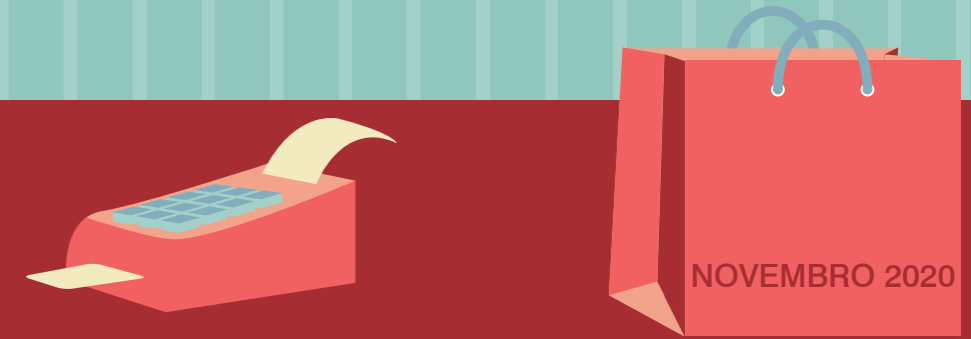


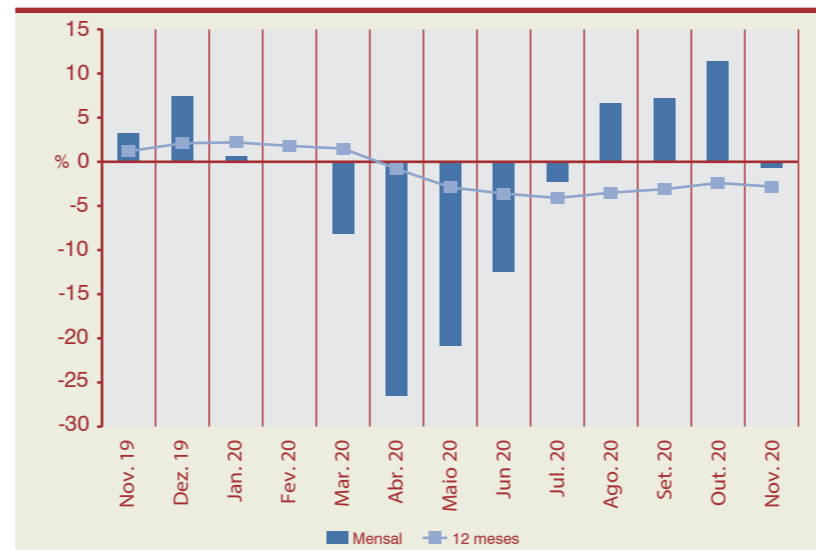
Pesquisa Mensal de Comércio



Em novembro, vendas do varejo baiano crescem 1,1%

As vendas no comércio varejista baiano registraram em novembro de 2020 crescimento pela sétima vez consecutiva de 1,1%, frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais. Após aumentos de 3,2% e 0,6%, respectivamente em outubro e setembro de 2020. No cenário nacional, houve suave retração nos negócios de 0,1 %, na mesma base de comparação.

Em relação a igual mês do ano anterior, as vendas no comércio varejista baiano registraram em novembro de 2020 recuo de 0,7%. Enquanto no país, o volume de negócios cresceu 3,4%, em relação à mesma análise. No acumulado do ano, a taxa foi negativa em 4,0%, mas em ritmo reduzido quando observada a taxa, no mês imediatamente anterior para igual comparação (-4,4%). Esses dados foram apurados pela Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – realizada em âmbito nacional – e analisados pela Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI), autarquia vinculada à Secretaria do Planejamento.



Volume de vendas do comércio varejista – Bahia – Nov. 2019-nov. 2020

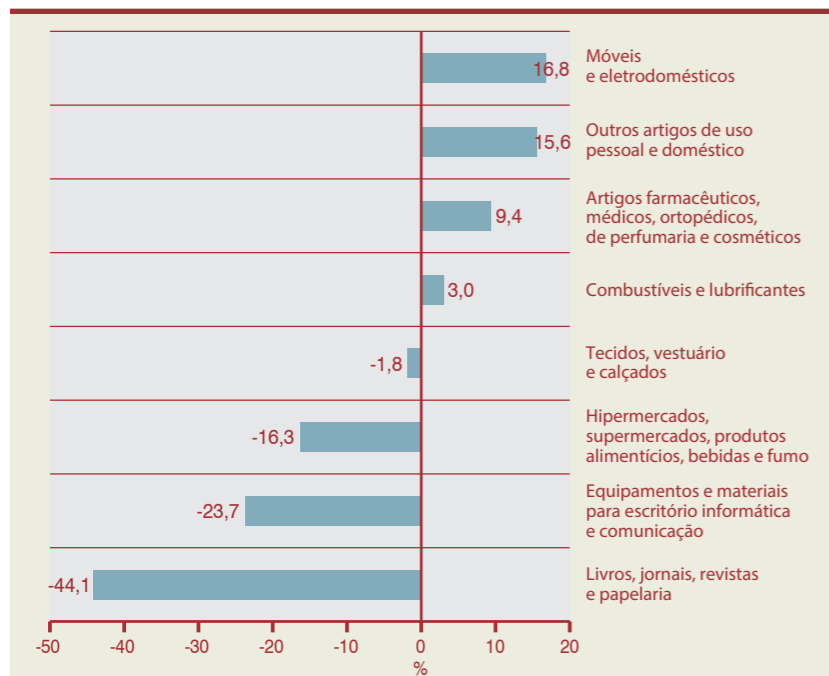
Fonte: PMC/IBGE.
Elaboração: SEI/CAC.

O resultado registrado para o comércio varejista baiano em novembro evidencia que o setor já começa a sinalizar os efeitos da redução do valor do auxílio emergencial em setembro/2020 e de uma segunda “onda” de contaminação pelo coronavírus. Dada a expectativa para o seu encerramento e o aumento no número de pessoas infectadas, os consumidores reduziram as suas compras, principalmente nas lojas físicas. Mesmo diante da proximidade das festas de final de ano, período em que alguns consumidores com a antecipação do décimo terceiro se preparam para as comemorações do Natal, e às promoções verificadas com a *Black Friday*.

A influência da inflação também foi determinante para justificar o comportamento do setor nesse mês. De acordo com os dados do IBGE, nos meses de outubro e novembro de 2020, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) registrou para o grupo de Alimentação e Bebidas elevação nas taxas em 1,27% e 2,11%, respectivamente, em Salvador/BA.

ANÁLISE DE DESEMPENHO DO VAREJO POR RAMO DE ATIVIDADE

Por atividade, em novembro de 2020, os dados do comércio varejista do estado baiano, quando comparados aos de novembro de 2019, revelam que quatro dos oito segmentos que compõem o indicador do volume de vendas registraram comportamento positivo. Assim, o desempenho positivo nesse mês ficou por conta do segmento de *Móveis e eletrodomésticos* (16,8%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (15,6%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (9,4%), e *Combustíveis e lubrificantes* (3,0%). Nos demais segmentos, as variações foram negativas, são eles: *Tecidos, vestuário e calçados* (-1,8%), *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-16,3%), *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (-23,7%), e *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-44,1%). No que diz respeito aos subgrupos, verifica-se que registraram variações positivas as vendas *Móveis*, e *Eletrodomésticos* com taxas de 21,2%, e 15,3%, respectivamente. Enquanto *Hipermercados e supermercados* registrou variação negativa de 14,2%.



Volume de vendas das atividades do comércio varejista(1) – Bahia – Nov. 2020

Fonte: PMC/IBGE.
Elaboração: SEI/CAC.
(1) Variação mensal.

As maiores influências positivas em novembro vieram do segmento *Móveis e eletrodomésticos*, *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*. Por outro lado, o comportamento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* foi determinante para a retração das vendas em novembro.

O segmento *Móveis e eletrodomésticos* registra, pela sexta vez consecutiva, resultado positivo nas vendas. Na Bahia, a atividade exerceu a maior influência positiva para o setor, impulsionada pelas promoções, verificadas durante a realização da *Black Friday*, movimento ocorrido nos meses de novembro.

Outros artigos de uso pessoal e doméstico foi o segundo a influenciar positivamente o varejo baiano. Esse ramo engloba diversos segmentos como lojas de departamento, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos, etc., que comercializam, principalmente, produtos de menor valor agregado, sendo favorecido com a realização da *Black Friday*, a proximidade da comemoração do Natal, uma vez que nesse período muitos consumidores costumam antecipar as suas compras e do efeito base, já que em igual período do ano passado as vendas da atividade foram negativas em 10,7%.

Já o resultado para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*, terceiro a contribuir para reduzir o ritmo de queda no varejo baiano, se justifica pela busca dos consumidores em comprar medicamentos, supostamente preventivos de uma contaminação pela Covid-19. Em igual mês de 2019, as vendas foram negativas em 0,7%.

Entretanto, apesar das contribuições positivas desses segmentos, as vendas do varejo foram impactadas pelo comportamento do segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*. Atividade considerada essencial volta a registrar retração nos negócios, exercendo o maior impacto negativo na formação da taxa global do comércio. O seu comportamento foi fortemente influenciado pela elevação nos preços dos produtos alimentícios.

Variação do volume de vendas no comércio varejista por atividade – Bahia – 2020

Atividade	Mensal (1)			Ano (2)	Acumulado 12 meses (3)
	Set.	Out.	Nov.		
Comércio Varejista	7,2	11,4	-0,7	-4,0	-2,8
1 - Combustíveis e lubrificantes	5,7	9,2	3,0	-6,3	-5,1
2 - Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-4,7	0,7	-16,3	-2,1	-2,0
2.1 - Hipermercados e supermercados	-0,9	5,6	-14,2	0,3	0,1
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-7,4	0,1	-1,8	-32,7	-26,7
4 - Móveis e eletrodomésticos	51,6	54,5	16,8	17,4	20,7
4.1 - Móveis	65,6	66,1	21,2	19,5	19,6
4.2 - Eletrodomésticos	42,3	49,0	15,3	16,1	20,8
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	8,6	12,9	9,4	2,3	1,8
6 - Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	-25,3	-16,0	-23,7	-25,6	-22,0
7 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-40,4	-44,1	-44,1	-42,2	-40,7
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	17,9	15,8	15,6	-9,6	-7,7
Comércio Varejista Ampliado (4)	4,0	3,2	-4,0	-8,3	-6,7
9 - Veículos, motos, partes e peças	-14,0	-18,8	-13,7	-26,2	-23,4
10 - Material de construção	30,2	10,9	-4,8	9,9	10,2

Fonte: IBGE/PMC.

(1) Compara a variação mensal do mês de referência com igual mês do ano anterior.

(2) Compara a variação acumulada do período de referência com igual período do ano anterior

(3) Compara a variação acumulada nos últimos 12 meses em relação aos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10.

COMPORTAMENTO DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO

O comércio varejista ampliado, que inclui o varejo e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção* apresentou retração de 4,0% nas vendas, em relação à igual mês do ano anterior. No acumulado dos últimos 12 meses, a variação foi negativa em 6,7%.

O segmento *Veículos, motos, partes e peças* registrou queda de 13,7% nas vendas em novembro de 2020, em relação à igual mês do ano anterior. Ramo fortemente influenciado pelo crédito continua tendo suas vendas comprometidas dado ao “oceano” de incertezas quanto ao comportamento da atividade econômica no país provocada pela Covid – 19. Para a análise dos últimos 12 meses a taxa foi negativa em 23,4%.

Em relação a *Material de construção*, as vendas no mês de novembro foram negativas em 4,8%, na comparação com o mesmo mês de 2019, revertendo à trajetória de crescimento dos últimos meses. Esse comportamento, quando comparado ao mês de junho/2020, ocasião em que a atividade apresentou um crescimento expressivo de 42,1%, revela que a redução do valor do auxílio emergencial em setembro/2020 e a expectativa para o seu fim, levou os consumidores a reverem os seus gastos na realização de benfeitorias nos imóveis. Esse desempenho resultou para o acumulado dos últimos 12 meses crescimento de 10,2%.

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
Rui Costa

SECRETARIA DO PLANEJAMENTO
Walter de Freitas Pinheiro

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS
ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA
Jorgete Oliveira Gomes da Costa

DIRETORIA DE INDICADORES E
ESTATÍSTICAS
Armando Affonso de Castro Neto

COORDENAÇÃO DE
ACOMPANHAMENTO CONJUNTURAL
Arthur Souza Cruz

ELABORAÇÃO TÉCNICA
Elissandra Britto

COORDENAÇÃO DE BIBLIOTECA E
DOCUMENTAÇÃO

NORMALIZAÇÃO
Eliana Marta Gomes Silva Sousa

EDITORIA-GERAL
Elisabete Cristina Teixeira Barretto

EDITORIA DE ARTE E DE ESTILO
Ludmila Nagamatsu

DESIGN GRÁFICO
Vinícius Luz Assunção

REVISÃO
Elvira Mejía

EDITORAÇÃO
Alderlan Oliveira

Av. Luiz Viana Filho, 4ª avenida, 435, 2º andar, CAB, CEP 41745-002, Salvador - Bahia
Tel.: 55 (71) 3115-4733 Fax: 55 (71) 3116-1781 www.sei.ba.gov.br

SECRETARIA DO
PLANEJAMENTO

